

Dramaturgi Karyawan di Ikatan Pemuda Mandiri Coffee Jombang

Tawakal Noor Bangsawan

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya
tawakalnoor@gmail.com

Diyah Utami

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya
Diyahutami@unesa.ac.id

Abstrak

Industri kopi di tanah air dalam 10 tahun terakhir terus berkembang dengan baik. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari semakin bertambahnya produksi kopi olahan yang dihasilkan oleh industri pengolahan kopi, baik skala home industri maupun skala internasional. Selain itu juga dibantu dengan maraknya Coffee Shop di kota-kota besar. Produk kopi olahan saat ini tidak hanya berupa kopi bubuk tetapi banyak dikembangkan dalam bentuk kopi olahan seperti kopi instant, kopi three in one, minuman kopi dengan berbagai rasa seperti vanilla, coklat, dan lain sebagainya. Belum lagi di coffee shop dengan berbagai minuman kopi olahan selain kopi espresso kita mengenal kopi latte, juga cappuccino. Bisnis café diperlukan struktur yang jelas dan mengikat untuk mendatangkan sebuah keuntungan yang menjadi tujuan dibentuknya bisnis tersebut. struktur kepegawaian yang terjadi pada umumnya karyawan akan menghormati pemilik atau bos sebagaimana mestinya karena pemiliklah yang membayar upah kepada karyawan tersebut. Pegawai membentuk relasi yang lebih kuat dengan pelanggan disebabkan oleh faktor intensitas mereka sering bertemu dan bercengkrama satu sama lain, biasanya pelanggan mengeluhkan rasa penatnya aktifitas sehari-hari seperti pekerjaan dan rutinitas mereka kepada pegawai atau boleh di bilang dengan kata *curhat*. Biasanya pegawai menggambarkan sebuah kesan pada pelanggan bahwa dirinya tereksplotasi secara masif oleh pemilik dengan permasalahan jam kerja dan pembagian upah yang tak wajar dari pemilik berdasarkan jam kerja tersebut. Dramaturgi disini terjadi karena adanya konflik yang ditutupi antara pegawai dan pemilik kemudian diteruskan kepada pelanggan,

Kata Kunci : Dramaturgi, Pegawai, Pelanggan

Abstract

Coffee Industry in Indonesia on the last 10 years growing very well, these development can see from so many coffee production resulting from coffee industry, in scale home industry or international. Other hand with growing the Coffee Shop too in town. Produced coffee not only in coffee powder form but also many developed in variant taste, Vanilla, Chocolate and other else. Not yet in coffee shop has so many coffee produces drink in other variant like Espresso. And we know it as Cappuccino or Coffee Latte. Coffee Business needs clear structure and binding for produced advantages purpose to be the business. Employess structure generally formed to make sure the employee have respect to the leader as well. Employee form strong relation with customer cause intensity factor the two subject have been meet, usually employee will complaining about frustrated getting worked up, or booring for daily activity has to be done like job, their activity during job to the employee, usually employee describing an impression that they are victim on massive explotation from the leader with issues time for working or unfair salary their has to be received from the leader according on time their working. Dramaturgy here happens because that's hidden conflict from the employee and the leader and forward to customer. Customer be like audience here because intensity to be meet with the employee or both of them make both relationship are close each other

Keywords: Dramaturgy, Employee, Customer

PENDAHULUAN

Peningkatan konsumsi kopi ini terbilang cukup signifikan. Kondisi tersebut tak pelak juga terjadi di dalam negeri, coffee shop yang menjamur dari tingkat daerah hingga kota-kota besar memiliki peran penting untuk meningkatkan konsumsi kopi di Indonesia. Industri kopi di tanah air dalam 10 tahun terakhir terus berkembang dengan baik. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari semakin bertambahnya produksi kopi olahan yang dihasilkan oleh industri pengolahan kopi, baik skala home industri maupun skala internasional. Selain itu juga dibantu dengan maraknya Coffee Shop di kota-kota besar. Produk kopi olahan saat ini tidak hanya berupa kopi bubuk tetapi banyak dikembangkan dalam bentuk kopi olahan seperti kopi instant, kopi three in one, minuman kopi dengan berbagai rasa seperti vanilla, coklat, dan lain sebagainya. Belum lagi di coffee shop dengan berbagai minuman kopi. Peningkatan konsumsi kopi domestik Indonesiaini didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengkonsumsikopi. Lebih jauh lagi, peningkatannya juga ditunjang dengan harga yang relatif terjangkau, kepraktisan dalam penyajian serta keragaman rasa/citarasa yang sesuai dengan lidah orang Indonesia. Animo usaha yang begitu kuat di bidang kopi ini jika ditambah dengan konsisten dan juga fokus maka usaha ini akan sangat menguntungkan.

Banyak sekali warung-warung dipinggir jalan yang menyediakan kopi. Selain itu, skala coffee shop juga banyak kita temui di kota-kota besar, seperti yang paling terkenal Starbucks, One Fifteenth Coffee, Yellow Truck Coffee Tea & Co, Coffee Club, Java Bay, Segafredo Espresso, Excelso, Kopi Oey, coffee toffee, dan berbagai macam coffee shop lainnya. Beberapa diantaranya menerapkan sistem franchise, bahkan dalam satu kota bisa terdapat 5 hingga puluhan coffee shop. Memang secara kuantitas, sudah banyak coffee shop yang meracik kopi-kopi dengan karakteristiknya masing-masing. Usaha di bidang coffee shop ini masih sangat terbuka lebar. Karena sekali lagi penyerapan konsumsi kopi di Indonesia masih kecil atau sedikit. Satu tips yang mesti diperhatikan bila ingin ikut “bermain” dalam usaha coffee shop adalah ciri khas. Benar persaingan dalam bisnis coffee shop ini seakan memaksa para pengusaha untuk memiliki

strategi yang tepat dalam memasarkan bisnisnya. Apalagi jika bisnis tersebut menggunakan sistem franchise dalam pemasarannya.

Pengusaha harus memiliki ciri khas mengingat para konsumen berhak memilih coffee shop mana yang menyediakan kopi terbaik. Selain itu pengusaha juga tidak boleh memungkiri bahwa dalam bisnis coffee shop bukan hanya mengandalkan dari cita rasa kopi saja. Tetapi, tujuan konsumen datang ke coffee shop adalah pemuas akan suasana yang nyaman dan juga santai. Ditemani dengan iringan musik dan makanan ringan di atas meja. Serta keindahan dan keunikan dari desain coffee shop itu sendiri. Dan bila dalam sistem waralaba, pengusaha harus memastikan kualitasnya tidak boleh ada yang turun secara kualitas, minimal semuanya harus sama dan bahkan lebih baik. Hal ini tergambar dari perkembangan cafe di kota Jombang itu sendiri, perkembangannya di kota Jombang cukup pesat mengingat kebutuhan konsumen juga besar. Para konsumen menjadikan cafe sebagai sarana untuk menjadi wadah karena banyaknya relasi yang dibentuk dalam berbagai pergaulan yang dibutuhkan antar sebuah komunitas. Jenis cafe yang berkembang pun bermacam-macam bentuknya, ada yang untuk kelas menengah kebawah dan untuk kelas menengah keatas, hal itu diklasifikasikan dalam bentuk rerata harga, sebagai contoh yang dapat dipaparkan adalah bentuk harga segelas kopi, kenapa harga segelas kopi menjadi harga rerata yang paling sesuai? Karena kopi merupakan sarana yang hampir yang wajib dipesan setiap pengunjung yang datang ke cafe tersebut. Bagi masyarakat Jombang pun, cafe sebagai sarana untuk bertemu dan berinteraksi dengan sesama. Baik urusan kerja, politik dan komunikasi bisnis di tuntaskan di cafe. Menariknya, kedai-kedai kopi di sini menyediakan koran sebagai sarana informasi. Mencermati fenomena tersebut tidak banyak tempat hiburan di Jombang selain café yang berfungsi sebagai tempat makan dan minum tapi juga sarana bersosialisasi dan mengakses internet.

Bisnis café diperlukan struktur yang jelas dan mengikat untuk mendatangkan sebuah keuntungan yang menjadi tujuan dibentuknya bisnis tersebut. Prestasi kerja terbagi menjadi beberapa macam seperti salah satu contoh yaitu terlampaunya target penjualan, tingkat kerja keras dari karyawan

tersebut dan lain - lain. Karena hal tersebut para karyawan pada umumnya akan menghormati manager agar tercapainya sebuah prestasi kerja dan otomatis mendapatkan apresiasi lebih dari pemilik tersebut berupa reward sebagaimana yang dijelaskan diatas. Karena jarak atau gap tersebut para karyawan biasanya akan memiliki suatu rasa sungkan atau menghormati kepada bosnya, itu wajar dan terjadi pada setiap perusahaan/badan usaha/bisnis/ pemerintahan dan lain sebagainya, karena rasa tersebut tercipta dengan sendirinya dan terbentuk karena adanya struktur yang mengatur jelas tentang sebuah kedudukan antara satu sama lainnya.

Namun relasi yang nampak pada Ikatan Pemuda Mandiri coffee berbeda, relasi yang tercipta dibisnis lebih terasa kental rasa kekeluargaan dibanding dengan rasa etika dari berbisnis. Jika dijelaskan etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Perusahaan meyakini prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral, jujur, transparan dan sikap yang profesional. Hal yang membentuk sebuah norma yang diperuntukkan untuk pekerja tampaknya di Ikatan Pemuda Mandiri coffee hanya dibuat sebatas formalitas semata, bila dijelaskan tidak ada jarak/gap yang cenderung menjadi jurang untuk membentuk sebuah kekerabatan dan terasa kontras dengan relasi bisnis yang terjadi selama ini. Dari situasi yang nampak di sini lebih kental rasa kekerabatan, hal itu terjadi di karenakan dekatnya pemilik dengan karyawannya dan menganggap karyawannya sendiri lebih dari sekedar rekan/partnership dalam pekerjaan, namun sebagai teman atau saudara, terlebih lagi pemilik cenderung cerdas dalam membangun kekerabatan dengan pelanggan yang datang untuk menunjukkan kesan harmoni kepada pelanggannya tersebut, selain untuk

menambah kenyamanan dari pelanggan, juga untuk menarik pelanggan baru dengan terciptanya suasana tersebut.

Para pegawai menjalankan relasi yang seperti diharapkan oleh pemilik dengan tujuan yang sama dengan pemilik agar menciptakan yang harmonis antara mereka dan memenuhi tujuan utama dari bisnis tersebut yakni untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan pelanggan baru ditengah banyaknya tumbuh bisnis café baru yang muncul di Kota Jombang itu sendiri. Dengan cara menuruti apa saja yang di perintahkan oleh pemilik, pegawai menciptakan dramaturgi yang bertujuan menyembunyikan apa yang menjadi keluhan dari pegawai. Dengan tujuan awal untuk menutupi resistensi terselubung tersebut maka pemilik merasa tak ada masalah serius dalam urusan bisnisnya dan terus menjalankan apa yang pemilik inginkan tanpa mengetahui resistensi tersebut karena terbentuknya relationship marketing. Relationship marketing memerlukan suatu proses untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan-hubungan yang kuat dengan para pelanggan dan stakeholder lainnya.

Selain merancang strategi baru untuk menarik pelanggan baru dan menciptakan transaksi dengan mereka, perusahaan terus menerus sedang berjuang mati-matian untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan membangun relasi jangka panjang yang mampu mendatangkan laba dengan mereka. (Kotler dan Armstrong, 2010: 789). Lalu bagaimana relasi antara pegawai dan pelanggan tersebut? Relasi yang dibangun antara pemilik dan pelanggan tersebut secara tidak langsung membawa pegawai lebih dekat dengan pelanggan daripada pemilik, hal itu terjadi karena intensitas beratap muka langsung antara pegawai – pelanggan jika dibandingkan pemilik – pelanggan lebih banyak terjadi pada pegawai – pelanggan, karena pegawai menjual jasa kepada pelanggan dan menjadi awal untuk membentuk relasi dan pemilik hanya membangun relasi baik dengan pelanggan dengan tujuan untuk menarik pelanggan baru agar IPM coffe dilihat dan dinilai “asyik” oleh pelanggan awam atau yang belum menjadi pelanggan tetap dari Ikatan Pemuda Mandiri coffe. Pegawai membentuk relasi yang lebih kuat dengan pelanggan disebabkan oleh oleh faktor intensitas mereka sering bertemu

dan bercengkrama satu sama lain, biasanya pelanggan mengeluhkan rasa penatnya aktifitas sehari-hari seperti pekerjaan dan rutinitas mereka kepada pegawai atau boleh di bilang dengan kata curhat. Biasanya pegawai menggambarkan sebuah kesan pada pelanggan bahwa dirinya tereksplotasi secara masif oleh pemilik dengan permasalahan jam kerja dan pembagian upah yang tak wajar dari pemilik berdasarkan jam kerja tersebut dll. Pegawai memainkan peran mereka pada faktor seperti ini, mereka juga akan menceritakan rasa penatnya bekerja dan di selingi kritik halus untuk managernya kepada pelanggan tentang apa yang membuat mereka menjadi resisten kepada manager. Pelanggan di proyeksikan dan dikendalikan satu subyek yang tanpa dirasa memiliki kedudukan yaitu para pegawai itu sendiri, para pegawai menggunakan peran subordinat mereka untuk mengontrol konsumen mereka dengan tujuan untuk lebih meningkatkan kualitas hidup mereka dan melalui stigma-stigma pengaruh negatif yang disamarkan oleh pegawai agar tidak terkesan “mengadu domba” Manager dan pelanggan.

Dramaturgi disini terjadi karena adanya konflik yang ditutupi antara pegawai dan pemilik kemudian diteruskan kepada pelanggan, mengapa kepada pelanggan ? karena intensitas bertemu yang tinggi antar keduanya (hubungan jual – beli) membuat hubungan keduanya menjadi dekat. Disini pegawai sebelum berinteraksi dengan orang lain, pegawai pasti akan mempersiapkan perannya dulu, atau kesan yang ingin ditangkap oleh orang lain. Kondisi ini sama dengan apa yang dunia teater katakan sebagai “breaking character”. Dengan konsep dramaturgis dan permainan peran yang dilakukan oleh manusia, terciptalah suasana-suasana dan kondisi interaksi yang kemudian memberikan makna tersendiri. Munculnya pemaknaan ini sangat tergantung pada latar belakang sosial masyarakat itu sendiri. Terbentuklah kemudian masyarakat yang mampu beradaptasi dengan berbagai suasana dan corak kehidupan. Masyarakat yang tinggal dalam komunitas heterogen perkotaan, menciptakan panggung-panggung sendiri yang membuatnya bisa tampil sebagai komunitas yang bisa bertahan hidup dengan keheterogenannya. Begitu juga dengan masyarakat homogen pedesaan, menciptakan panggung-panggung sendiri melalui interaksinya,

yang terkadang justru membentuk proteksi sendiri dengan komunitas lainnya. Apa yang dilakukan masyarakat melalui konsep permainan peran adalah realitas yang terjadi secara alamiah dan berkembang sesuai perubahan yang berlangsung dalam diri mereka. Permainan peran ini akan berubah-ubah sesuai kondisi dan waktu berlangsungnya. Banyak pula faktor yang berpengaruh dalam permainan peran ini, terutama aspek sosial psikologis yang melingkupinya.

Dramaturgi adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia. Kita lihat kembali contoh di atas, bagaimana seorang polisi memilih perannya, juga seorang warga negara biasa memilih sendiri peran yang dinginkannya. Goffman menyebutnya sebagai bagian depan (front) dan bagian belakang (back). Front mencakup, setting, personal front (penampilan diri), expressive equipment (peralatan untuk mengekspresikan diri). Sedangkan bagian belakang adalah the self, yaitu semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan acting atau penampilan diri yang ada pada Front. Berbicara mengenai Dramaturgi Erving Goffman, Maka akan mengacu tentang George Herbert Mead dengan konsep The Self, yang sangat mempengaruhi teori Goffman.

Karya-karya Erving Goffman sangat dipengaruhi oleh George Herbert Mead yang memfokuskan pandangannya pada The Self. Misalnya, *The Presentation of self in everyday life* (1955), merupakan pandangan Goffman yang menjelaskan mengenai proses dan makna dari apa yang disebut sebagai interaksi (antar manusia). Dengan mengambil konsep mengenai kesadaran diri dan The Self Mead, Goffman kembali memunculkan teori peran sebagai dasar teori Dramaturgi. Goffman mengambil pengandaian kehidupan individu sebagai panggung sandiwara, lengkap dengan setting panggung dan akting yang dilakukan oleh individu sebagai aktor “kehidupan.”

Bagi Mead, The Self lebih dari sebuah internalisasi struktur sosial dan budaya. The Self juga merupakan proses sosial, sebuah proses dimana para pelakunya memperlihatkan pada dirinya sendiri hal-hal yang dihadapinya, didalam situasi dimana ia bertindak dan merencanakan tindakannya itu melalui penafsirannya atas hal-hal tersebut. Dalam hal ini, aktor atau pelaku yang melakukan interaksi

sosial dengan dirinya sendiri, menurut Mead dilakukan dengan cara mengambil peran orang lain, dan bertindak berdasarkan peran tersebut, lalu memberikan respon atas tindakan-tindakan itu. Konsep interaksi pribadi (self interaction) dimana para pelaku menunjuk diri mereka sendiri berdasarkan pada skema Mead mengenai psikologi sosial. The Self disini bersifat aktif dan kreatif serta tidak ada satupun variable-variabel sosial, budaya, maupun psikologis yang dapat memutuskan tindakan-tindakan The Self.”

Dramaturgi itu sendiri merupakan sumbangan Goffman bagi perluasan teori interaksi simbolik. Mead menyatakan bahwa konsep diri pada dasarnya terdiri dari jawaban individu atas pertanyaan mengenai “siapa aku” untuk kemudian dikumpulkan dalam bentuk kesadaran diri individu mengenai keterlibatannya yang khusus dalam seperangkat hubungan sosial yang sedang berlangsung. Pendapat Mead tentang pikiran adalah bahwa pikiran mempunyai corak sosial, percakapan dalam batin adalah percakapan antara “aku” dengan “yang lain” pada titik ini, konsepsi tentang “aku” itu sendiri merupakan konsepsi orang lain terhadap individu tersebut. Atau dengan kalimat singkat, individu mengambil pandangan orang lain mengenai dirinya seolah-olah pandangan tersebut adalah “dirinya” yang berasal dari “aku.”

Pada pandangan Goffman, kesadaran diri adalah hasil adopsi dari ajaran-ajaran Durkheim. Dan bagi Goffman, struktur sosial merupakan countless minor synthesis (sintesis-sintesis kecil yang tak terbilang), dimana manusia –ini menurut Simmel- merupakan atom-atom atau partikel-partikel yang sangat kecil dari sebuah masyarakat yang besar. Dan ide serta konsep Dramaturgi Goffman itu sendiri, menolong kita untuk mengkaji hal hal yang berada di luar perhitungan kita (hal-hal kecil yang tak terbilang tersebut), manakala kita menggunakan semua sumber daya yang ada di bagian depan dan bagian belakang (front and back region) dalam rangka menarik perhatian orang-orang yang disekeliling kita. Bentuk-bentuk interaksi, komunikasi tatap muka, dan pengembangan konsep-konsep sosiologi, merupakan sumbangan Goffman bagi interaksionis simbolik bahkan Goffman juga mempengaruhi tokoh-tokoh di luar interaksionis simbolik.

Walaupun pada karya terakhirnya, Goffman terfokus pada gerakan-gerakan yang mengarah pada bentuk-bentuk strukturalisme masyarakat.

Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul “The Presentational of Self in Everyday Life” memperkenalkan konsep dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Banyak ahli mengatakan bahwa dramaturginya Goffman ini berada di antara tradisi interaksi simbolik dan fenomenologi.

Interaksi simbolik sering dikelompokkan ke dalam dua aliran (school). Pertama, aliran Chicago School yang dimonitori oleh Herbert Blumer, melanjutkan tradisi humanistik yang dimulai oleh George Herbert Mead. Blumer menekankan bahwa studi terhadap manusia tidak bisa dilakukan dengan cara yang sama seperti studi terhadap benda. Blumer dan pengikut-pengikutnya menghindari pendekatan-pendekatan kuantitatif dan ilmiah dalam mempelajari tingkah laku manusia. Lebih jauh lagi tradisi Chicago menganggap orang itu kreatif, inovatif, dan bebas untuk mendefinisikan segala situasi dengan berbagai cara dengan tidak terduga. Kedua Iowa School menggunakan pendekatan yang lebih ilmiah dalam mempelajari interaksi. Manford Kuhn dan Carl Couch percaya bahwa konsep-konsep interaksionis dapat dioperasikan. Tetapi, walaupun Kuhn mengakui adanya proses dalam alam tingkah laku, ia menyatakan bahwa pendekatan struktural objektif lebih efektif daripada metode “lemah” yang digunakan oleh Blumer.

METODE PENELITIAN

Artikel ini merupakan penelitian kualitatif, Bogdan dan Taylor(1975) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik atau utuh(Lexy J Moleong. 2011:4). Di samping itu penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara utuh dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan menggunakan metode ilmiah. Dalam penyajian data artikel ini memiliki format deskriptif dengan tujuan

untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu kemudian menarik ke permukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi maupun fenomena tertentu (Burhan Bungin. 2001:48)

Penelitian menggunakan pendekatan Dramaturgi. Seseorang akan menunjukan diri (self) yang sesuai dengan situasinya saat itu. *Front stage* dan *back stage* tersebut berusaha untuk membaca dan mempelajari setiap situasi yang didalamnya terdapat berbagai aturan dan norma yang selama mengendalikan kegiatan yang dilakukan. Hal ini terkait dengan fokus permasalahan dalam penelitian ini bahwa pegawai akan memainkan peran yang berbeda ketika menghadapi pemilik (panggung depan) dan didepan pelanggan (panggung belakang) begitupun sebaliknya. Dramaturgi mempelajari konteks dari perilaku manusia dalam mencapai tujuannya dan bukan untuk mempelajari hasil dari perilakunya itu tersebut. Fokus pendekatan tersebut yaitu bukan apa yang orang lakukan, bukan apa yang mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukan, melainkan bagaimana mereka melakukannya. Subjek dari penelitian ini disesuaikan dengan pokok permasalahan, yaitu para pegawai dari IPM Coffee Jombang. Pencarian subjek dilakukan dengan cara berkomunikasi terlebih dahulu dengan salah satu pelanggan yang kebetulan memiliki kedekatan dengan pegawai yang tentunya pelanggan ini tak bisa dijadikan informan kunci. Kemudian mulai merambah pada pegawai yang lain. Hal tersebut dilakukan karena jumlah pegawai yang tidak terlalu banyak pada ipm coffee. Penelitian subjek ini akan dilakukan pada semua elemen terkait yang dapat memberikan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Subjek sendiri dipilih barista serta waiters karena mereka satu-satunya elemen yang paling resisten dalam bekerja dan untuk mengetahui bagaimana cara mereka ber-dramaturgi guna menutupi resistensinya tersebut dari hubungan sosial yang berlangsung dalam pekerjaan yang ada di IPM Coffee.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Manajemen Kesan

Pegawai kedai IPM Coffee Jombang membentuk karakternya yang kuat ketika bekerja dan tegar menghadapi kebijakan dari manager serta bersahabat dan professional ketika menghadapi pelanggan yang datang. Apapun masalah yang ada dalam antar barista dan waiters jangan sampai terdengar oleh atasan termasuk manager dan pemilik IPM Coffee, karena menurut mereka manager tidak akan pernah mau tahu apa yang menjadi keluhan dan rasa ketidaknyamanan mereka, serta pemilik tidak perlu mendengar permasalahan ini karena pemilik jarang melihat situasi kedai dan telah menyerahkan kebijakan yang mengenai kedai melalui manager, jadi yang bertanggung jawab atas semua ini adalah managernya.

Ketika melayani pelanggan namun pada situasi yang sama manager juga sedang berada di area kedai, maka panggung depan yang ditampilkan adalah melayani pelanggan dengan professional tanpa membicarakan permasalahan yang ada di dalam kedai, serta senyum kepada pelanggan ketika melayani, dan terlihat sangat akrab bahkan bercanda dengan manager di depan pelanggan yang datang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya keramahan sikap serta pembicaraan dan bahasan pada setiap pegawai IPM Coffee ketika manager berada di area kedai, dengan suara yang halus dan gesture yang sopan.

2. Panggung Depan (*front stage*)

Panggung depan pegawai mengharuskan mereka untuk selalu bersikap sabar, sopan, ramah dan selalu tersenyum terlebih lagi ketika ada managernya tersebut. Mereka dihadapkan pada keprofesionalan dalam bekerja ketika menghadapi seorang pelanggan, mereka mengutamakan sifat ramah dan bersahabat kepada pembeli yang datang dengan harapan untuk membangun relasi baru dan *spot* pada panggung belakang mereka nanti. Ketika berinteraksi dengan manager panggung depan mereka dirasa sangat dinamis, diman pesan yang diterima di transkrip melalui proses decoding dan encoding. Dalam hubungan antara sumber dan penerima.

Hubungan yang dibangun antara pemilik dan manager ini merupakan salah satu ciri kontak sosial

yang bersifat positif karena hubungan antara membentuk suatu relasi baru yang bersifat kerja sama dan saling menguntungkan satu sama lain, dan dalam tahap komunikasi antara keduanya terlihat positif dan tidak membingungkan antara komunikator satu dengan lainnya karena pada tahap ini pemilik memang memberikan *trust* (kepercayaan) yang besar kepada manager kedai karena sudah intens dan dekatnya komunikasi antara mereka berdua. Kepercayaan ini dimulai dengan sebuah encoding dari pemilik yang kemudian diajalankan oleh manager yang selanjutnya menjadi suatu kepercayaan yang terbentuk dari sebuah relasi keduanya

3. Panggung Belakang (*back stage*)

Panggung belakang dari pegawai akan nampak terlihat ketika menghadapi pelanggan dengan tidak adanya manager di sekitar kedai atau didalam kedai, dari komunikasi mereka yang selama ini ditampilkan ketika tidak ada managernya tersebut nampak hilang. Mulailah nampak bahasa asli serta karakter asli yang dimainkan sebagai skenario rahasia yang di simpan oleh pegawai.

Perbedaan komunikasi atau interaksi yang sangat kentara membuat panggung depan mereka yang mereka buat seakan sangat sukses menghibur penonton atau dalam konteks ini manager berperan sebagai penonton yang menikmati panggung depan dari pegawai. Bahkan ketika para pegawai memainkan skenario aslinya kedepan pelanggan ada yang menyadari bahwa apa yang mereka tunjukkan pada hari yang lalu sangatlah berbeda dengan apa yang mereka tunjukkan pada hari ini. Penguraian pendapat yang dilakukan oleh pegawai ketika berbincang dengan pelanggan sangat berbeda dengan apa yang mereka tunjukkan dipanggung depan selama ini.

Interaksi antara pegawai dengan pegawai ini agak berbeda bila di bandingkan dengan pelayanan atau perlakuan pegawai kepada pembeli kedai kopi pada umumnya di Jombang, bila pada biasanya pelayanan jasa yang diberikan seorang waiters atau barista hanya sebatas hubungan jual beli semata, maka lain dengan yang terjadi di IPM Coffee, disini pegawai memang dituntut untuk memperlakukan pembeli dengan nyaman dan bersahabat sehingga akan tercipta kesan yang

ditangkap oleh pembeli bahwa kedai IPM Coffee ini merupakan tempat yang berbeda dan perlu dikunjungi lagi dikemudian hari. Adapun simbol pada panggung belakang seperti curhatan Hendrik dan Erry mengenai kebijakan serta rasa bosan bekerja di kedai kepada pelanggan ketika manager sedang tidak ada ditempat

Hubungan antar pegawai yang terjadi di IPM Coffee adalah hubungan yang harmonis serta memiliki satu keterikatan yang kuat antar satu sama dengan lainnya. Selain itu juga karena pegawai juga menerima serta mengalami kebijakan yang sama dengan apa yang diterapkan oleh managernya tersebut, hal itu secara tidak langsung membentuk rasa kekeluargaan serta solidaritas yang terjadi antara pegawai dengan pemilik. Goffman mengakui bahwa panggung depan mengandung anasir structural dalam arti bahwa panggung depan cenderung terlembagakan alias mewakili kepentingan kelompok atau organisasi, sering ketika aktor melaksanakan perann, peran tersebut ditetapkan sebagai lembaga tempat dia bernaung. Meskipun berbau structural, daya tarik pendekatan goffman terletak pada interaksi. Ia berpendapat bahwa umumnya orang-orang berusaha menyajikan diri mereka yang sudah diidealisasikan dalam pertunjukan mereka di panggung depan, merasa bahwa mereka harus menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukannya :

1. Aktor mungkin ingin menunjukkan kesenangannya secara tersembunyi (Guyonan terhadap pelanggan sebelum pertunjukan dimulai)
2. Aktor mungkin ingin menyembunyikan kesalahan yang dibuat saat persiapan pertunjukan, langkah –langkah yang diambil untuk memperbaiki kesalahan tersebut (Menyembunyikan fakta bahwa barista tidak betah bekerja di kedai IPM Coffee)
3. Aktor mungkin hanya merasa perlu untuk menunjukkan produk akhir dan menyembunyikan proses memproduksinya (Waiters menayakan jaringan pekerjaabn yang tersedia tanpa menyebutkan apa alasan di balik menanyakan hal tersebut)
4. Aktor mungkin perlu menyembunyikan kerja kotor yang dilakukan untuk membuat

produk akhir dari khalayak (Memenuhi target penjualan namun juga menyajikan kesan kepada pelanggan untuk pindah tempat nongkrong karena akan lebih leluasa menampilkan pertunjukan

4. Personal Front (Penampilan Diri)

Personal front yang dihadirkan oleh para karyawan sangat berbeda antara satu dengan lainnya tetapi berintikan pada satu kesan yang sama yaitu ingin dianggap oleh pelanggan sebagai teman dekat dan teman yang nyaman untuk diajak cerita berbagai persoalan. Para pegawai juga sebenarnya membantu tujuan kedai untuk lebih dekat dengan pelanggan, namun pegawai punya kepentingan sendiri dalam hal ini untuk mencari pekerjaan baru melalui pelanggan-pelanggan yang datang dan memiliki jaringan menuju kearah sana. Kesan tersebut diciptakan guna menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan memiliki kepercayaan untuk berinteraksi dengan mereka

Pada dasarnya interaksi manusia menggunakan simbol-simbol, cara manusia menggunakan simbol, merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Erving Goffman selaku salah satu eksponen dari interaksi simbolik juga. Ia memang seorang Dramatugis, tetapi juga memanfaatkan pendekatan interaksi simbolik. Dramaturgi memberikan dimensi ekspresif dan impresif aktivitas manusia, yakni bahwa kegiatan manusia terdapat pada cara mereka mengekspresikan diri dalam interaksi dengan orang lain yang juga ekspresif. Dramaturgi menekankan dimensi ekspresif/impresif aktivitas manusia, yakni bahwa makna kegiatan manusia terdapat dalam cara mereka mengekspresikan diri dalam interaksi dengan orang lain yang juga ekspresif. Oleh karena perilaku manusia bersifat ekspresif inilah maka perilaku manusia bersifat dramatic.

5. Stigma

Goffman tertarik pada jurang antara seperti apa seseorang seharusnya dan seperti apa seseorang secara actual. Setiap orang memiliki celah diantara dua identitas tersebut distigmatisasi. Stigma berfokus pada interaksi dramaturgis antara orang yang distigmatisasi dan orang normal. Hakikat interaksi itu bergantung pada mana dari kedua tipe

stigma yang dimiliki seseorang individu. Di dalam kasus stigma yang didiskredit, aktor menganggap bahwa perbedaan-perbedaan diketahui oleh anggota audiens atau nyata bagi mereka.

Didalam kasus dramaturgi yang terjadi di IPM Coffee Jombang, pegawai berperan sebagai aktor yang menstigmatisasi pelanggan yang sering dan memposisikan dirinya sebagai subjek yang didiskreditkan, stigma tersebut dilakukan kepada pelanggan yang sering datang, berbeda dengan customer biasa yang hanya sesekali datang tentu tak memahami atau mengenal karakter yang sudah dibangun sehingga stigma tersebut tak akan berjalan sebagai mana mestinya. stigma-stigma yang digambarkan kepada orang-orang dengan stigma yang jelas, sering juga fantastic (contohnya: bekerja di IPM Coffee akan membuat mereka malah lebih mengeluarkan biaya tambahan seperti beli makan karena bayaran mereka tidak cukup). Dalam stigma ini pegawai memastikan bahwa audience tidak mengetahui penipuannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Dramaturgi Relasi antara Pegawai dan Pelanggan di Ikatan Pemuda Mandiri Coffee Jombang, didapatkan simpulan yang berupa dramaturgi yang pembagian penonton atau penerima drama aktor dibagi menjadi dua subjek, yang pertama adalah manager sebagai penerima atau penikmat peran panggung depan dari pegawai ketika berinteraksi dengannya, lalu pelanggan sebagai penerima interaksi pegawai ketika pegawai mencopot topengnya ketika sudah selesai pertunjukkan drama yang ia jalankan.

Yang dimaksud penerima panggung depan adalah manager adalah ketika pegawai berusaha bersikap sebaik mungkin dalam bekerja didepan pandangan manager, hal ini dilakukan untuk menutupi apa yang mereka rasakan ketika dalam kepemimpinan manager tersebut. harapan dengan memainkan peran tersebut bahwa pegawai bisa menutupi apa yang menjadi rasa ketidaknyamanannya dalam bekerja serta ingin manager merubah cara pandang dalam mengambil kebijakan yang akan dilakukan. Pada setiap kesempatan ketika manager berada dikedai, maka pegawai berusaha membangun suatu gambaran tentang bagaimana

kedekatan diantara mereka, pegawai menginginkan manager ini merasa bahwa inilah berarti sifat kekeluargaan yang berusaha diterapkan oleh pemilik kepada para pegawainya tersebut. Dengan berperan akrab seperti tidak ada yang dipermasalahkan dalam kepemimpinan manager dalam mengendalikan kedai diharapkan tidak ada rasa curiga dari manager mengenai pegawainya yang resisten terhadap perlakuan serta kebijakn dari managernya tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Dramaturgi Relasi antara Pegawai dan Pelanggan di Ikatan Pemuda Mandiri Coffee Jombang, didapatkan simpulan yang berupa dramaturgi yang pembagian penonton atau penerima drama actor dibagi menjadi dua subjek, yang pertama adalah manager sebagai penerima atau penikmat peran panggung depan dari pegawai ketika berinteraksi dengannya, lalu pelanggan sebagai penerima interaksi pegawai ketika pegawai mencopot topengnya ketika sudah selesai pertunjukkan drama yang ia jalankan.

Yang dimaksud penerima panggung depan adalah manager adalah ketika pegawai berusaha bersikap sebaik mungkin dalam bekerja didepan pandangan manager, hal ini dilakukan untuk menutupi apa yang mereka rasakan ketika dalam kepemimpinan manager tersebut. harapan dengan memainkan peran tersebut bahwa pegawai bisa menutupi apa yang menjadi rasa ketidaknyamanannya dalam bekerja serta ingin manager merubah cara pandang dalam mengambil kebijakan yang akan dilakukan. Pada setiap kesempatan ketika manager berada dikedai, maka pegawai berusaha membangun suatu gambaran tentang bagaimana kedekatan diantara mereka, pegawai menginginkan manager ini merasa bahwa inilah berarti sifat kekeluargaan yang berusaha diterapkan oleh pemilik kepada para pegawainya tersebut. Dengan berperan akrab seperti tidak ada yang dipermasalahkan dalam kepemimpinan manager dalam mengendalikan kedai diharapkan tidak ada rasa curiga dari manager mengenai pegawainya yang resisten terhadap perlakuan serta kebijakn dari managernya tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Adisasmita, Rahardjo. 2005. *Pembangunan Ekonomi Perkotaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Peter Burke. 2001. *Sejarah dan Teori Sosial*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ritzer, George. 2012. *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*.
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. 2007. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Habermas, Jurgen. Maret 2007. *Teori Tindakan Komunikatif II: Kritik atas Rasio Fungsionaris*. Terjemahan oleh Nurhadi. Kreasi Wacana Yogyakarta.